

**音楽コンテンツ個人録音
及び
それに関わるCD R等の
利用実態調査
< 報告書 >**

平成14年9月

社団法人 **日本レコード協会**

調査の目的/調査設計	2
1. 音楽ソフトと個人録音をめぐる概況	3
(1) 音楽ソフトの購入、レンタルと個人録音をめぐるマーケットのボリューム	
(2) コピー先メディアと相互関係	
2. 個人・趣味の利用内での音楽複製用途・生メディア使用枚数推計	5
3. 音源ソフト入手～コピー・コピー先メディアの概況	6
(1) 各音楽ソフト購入・入手率	
(2) コピーのための音源利用率	
(3) 音楽ソフト入手先別に見た音楽録音機器・録音使用割合	
4. CD-Rでの音楽録音経験者の特性・意識	7
(1) メディア別入手音楽ソフトの構成比	
(2) CD-R音楽録音利用後のCD購入量増減意識	
(3) 友人・知人にCD-Rに音楽を録音してあげた経験	
(4) CD-Rの音楽用利用の理由	
(5) CD-R録音後のジャケット等のコピー経験	
5. 中古CDの購入動向	9
(1) 中古CD購入率	
(2) 中古CDの購入意向	
(3) 中古CDを新品より多く購入する層	
付帯基本データ: 音楽ソフト購入率・利用率 / 購入枚数・利用枚数(平均)	11
付帯基本データ: 音楽ソフト購入率・利用率 / 性・年代別	12

調査の目的 / 調査設計

1. 調査の目的 : ユーザーの音楽利用状況はデジタル技術やネットワークテクノロジーの発達によって急速な変化を示している。
こうした中、CD-Rに代表されるデジタル音楽コンテンツの個人録音と関連するであろう中古CD店等の利用状況と消費者の意識などを把握し、今後の対策に資することを目的とする。
2. 調査手法 : あらかじめ無作為に定めた地点内での割りつけの属性で対象者選定し、調査を依頼。留置自記入後郵送にて回収。

3. サンプル設計 :

単位: サンプル	TOTAL	男性	女性
中学生	168	84	84
高校生	168	84	84
大学・専門学校生	168	84	84
20代	168	84	84
30代	164	82	82
40～55才	164	82	82
TOTAL	1000	500	500

* 20代は学生を含まず

4. 調査エリア
と調査地点数 : 首都圏エリア（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）・・・25地点
中京エリア（愛知県、岐阜県、三重県）・・・10地点
京阪神エリア（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）・・・15地点
計50地点
(1地点当たり20s)
- * 各エリアの地点数は3エリアの人口比に合わせた
5. 調査期間 : 平成14年6月14日(土)～7月3日(水)

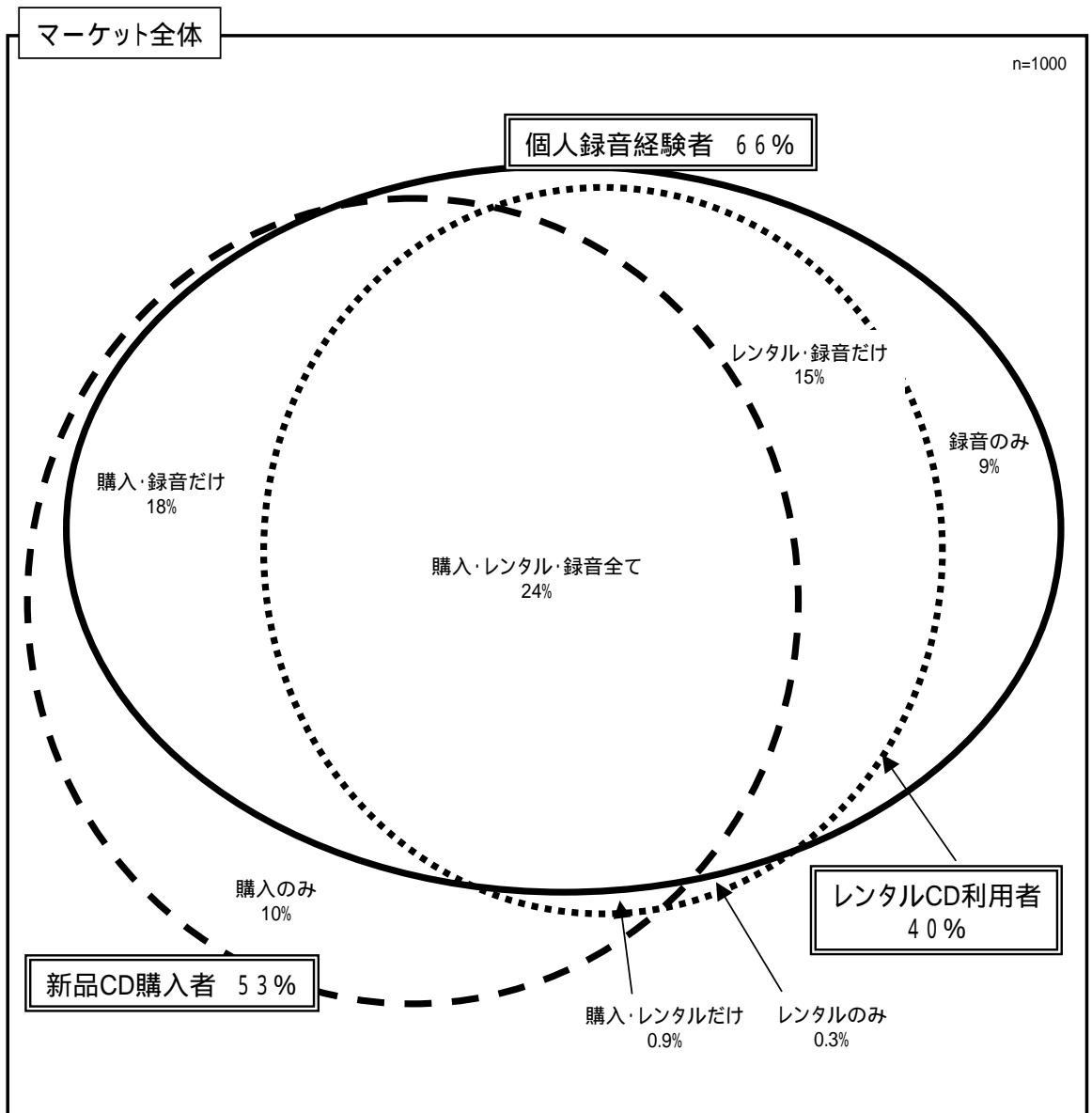
ウェイトバック集計について: 本報告書のデータについては実際の人口構成比に合わせるために係数をかける「ウェイトバック」という統計手法を用いて、人口構成比にそった数値を用いている。(人口構成比は平成12年国勢調査を参照している)

本文中の%の表記について: 本報告書の%の数値は整数表記(小数点以下四捨五入)している。
そのため、四捨五入の誤差によるシングルアンサーの回答の合計が100%±になっている箇所がある点に留意。

6. 調査企画 : 社団法人 日本レコード協会 マーケティング委員会
調査設計・分析: 株式会社 放送出版エージェンシー 調査実施: 株式会社 マーケティングディレクションズ

1. 音楽ソフトと個人録音をめぐる概況

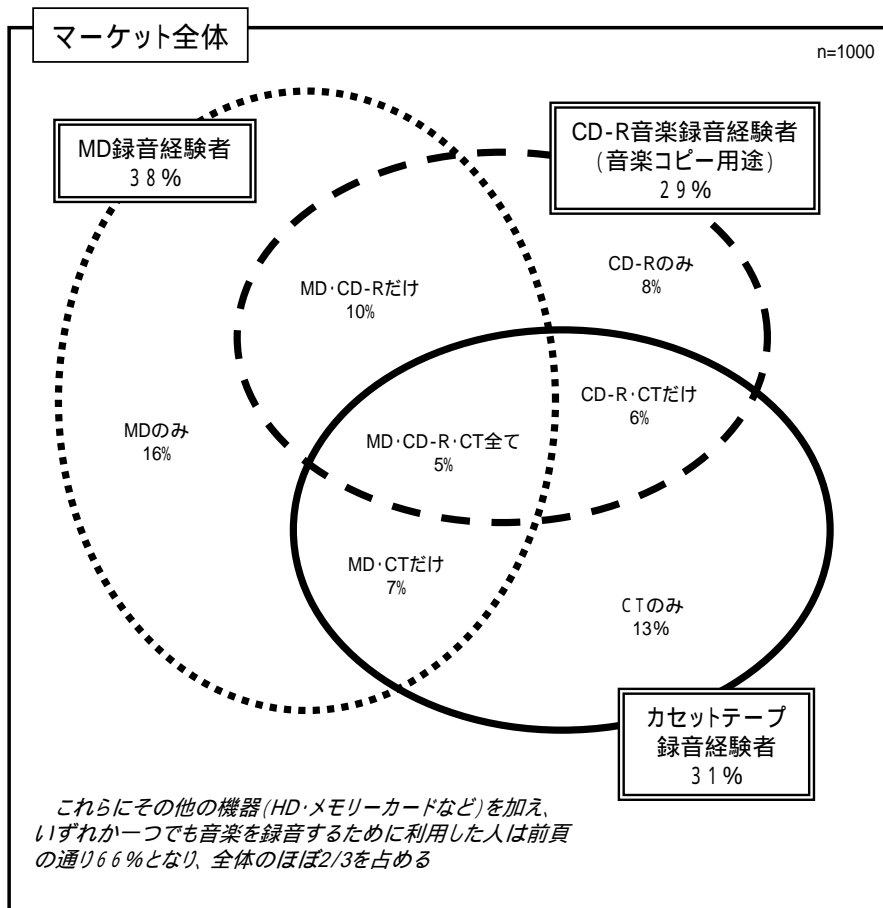
(1) 音楽ソフトの購入、レンタルと個人録音をめぐるマーケットのボリューム



- 個人録音の(過去半年間の)経験者は66%と、新品のCD購入者(53%)より大きなボリューム。
- レンタルCD利用者(40%)中39%が過去半年間に個人録音を経験しており、個人録音をしなかった人はわずか1%強に過ぎず、レンタルCDと個人録音の密接さが明らかとなった。
- **新品CDを購入せずにレンタルと個人録音だけの経験者は15%。新品CD購入・レンタルの経験とともになく個人録音だけの経験者も9%あり、合計で24%となる。**

こうした個人録音の広がりによる新品CDの購入者減が今後も大いに懸念される。

(2) コピー先メディアと相互関係



- MD録音経験者が38%と一番多く、次いでカセットテープの31%、CD-R/RWの29%と並び、CD-R/RWは後発のためか併用の割合が高く、単独での使用率は8%となる。
- 2種の併用の割合ではMD&CD-Rが10%と一番多い。
- CD-R音楽録音経験者は短期間に急増しており、カセットテープの減少とあわせ、録音メディアは今後大きく変化すると予想される。

2. 個人・趣味の利用内での音楽複製用途・生メディア使用枚数推計

音楽複製用に使用されたCD-R/RW枚数、及び他メディア枚(本)数・推計 - 過去半年間

メディア	1人あたり 平均録音枚(本) 数	実際の調査対象 年齢の日本の人 口数	エリア特性 修正係数	延べ枚数 (推定)
MD	2.56	75,220,000	0.89	171,000,000
カセットテープ	1.06			71,000,000
CD-R/RW(データ用+オーディオ専用)	1.77			118,000,000

*人口数は総務省による(平成13年10月1日現在)推定人口での12~55歳の人口7,522万人

エリア修正係数: 今回の調査対象サンプル(東阪名)から、全国ベースでの需要を推計するために使用

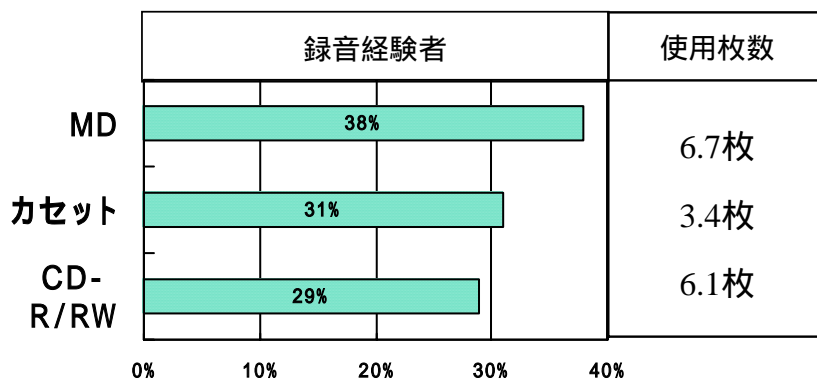
この修正係数は平成13年家計調査年報(総務省統計局)の統計値より、以下の数式によって導いた

$3,753円 : 全国平均の世帯あたり年間『オーディオ・ビデオディスク』(生CD-R等を含む項目)支出金額 \div$

$4,197円 : 首都圏、中京、京阪神エリアの同支出金額$

【推計方法】

音楽ソフトのコピー先メディア平均使用枚数(使用者当たり)



*母数は各々のメディア使用者当たり。CD-Rはオーディオ専用含む

・過去半年間に音楽用にコピーされたCD-R/RWの1人あたり平均録音枚(本)数・・・

録音経験者 29% × 平均6.1枚 = 1.77枚

(半年間・音楽コピー用途CD-R/RW延べ枚数)

1.77枚 × 対象年齢人口数 7,522万人 × エリア特性修正係数 0.89

= 1億1,800万枚 (過去半年間・音楽コピー用途CD-R/RW延べ枚数)

(1年間・音楽コピー用途CD-R/RW延べ枚数)

1億1,800万枚 × 2 = 2億3,600万枚

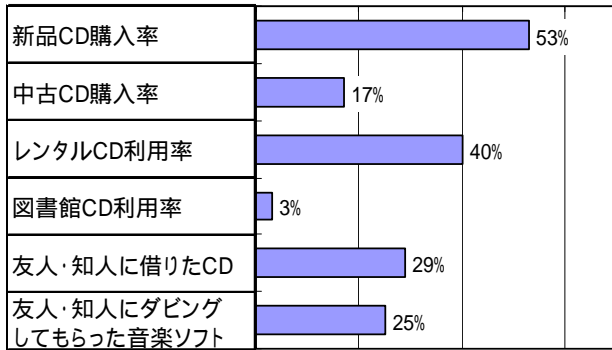
日本記録メディア工業会の推計によれば、本年(2002年)の生CD-R/RW需要予測は4億9,200万枚となっている。

今回の調査から「音楽用に焼かれた」CD-R/RWは半年間で約1億1,800万枚であり、年間では約2億3,600万枚となり、国内で一般に流通する生CD-R/RWの約48%が音楽複製用途に用いられていると推計される。

*本調査での過去半年間のCD-Rの使用枚数はあくまでも意識上の枚数データです。

3. 音源ソフト入手～コピー・コピー先メディアの概況

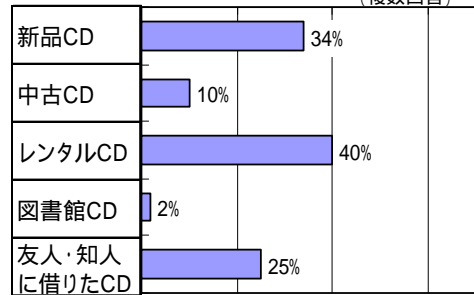
(1) 各音楽ソフト購入・入手率 過去半年間 (複数回答)



*ベース: 全数 (n=1000)

・「新品CD」「レンタルCD」がそれぞれ1、2位を占めるが、ついで、「友人・知人からCDを借りて自分でダビング」したり、「友人にダビングしてもらう」人もそれぞれ4人に1人と大きな割合に達している。

(2) コピーのための音源利用率 過去半年間 (複数回答)



*ベース: 全数 (n=1000)

- 上記以外のコピーのための音源利用率
- ・家族が買ったCD 17%
 - ・テレビ (BS含む) 5%
 - ・録音済みのCD-R 4%
 - ・FMラジオ 4%
 - ・AMラジオ、無料音楽配信 2%
 - ・CATV、有料音楽配信、CS放送、有線放送 1%

(3) 音楽ソフト入手先別に見た音楽録音機器・録音使用割合 過去半年間 (複数回答)

単位: %	MD	CD-R (データ用)	CD-R (オーディオ専用)	カセットテープ	PC/HD	n
新品CD購入者	50	32	12	35	11	577
中古CD購入者	63	36	12	37	11	216
レンタルCD利用者	64	37	18	44	13	428
図書館CD利用者	52	20	3	67	10	30
友人・知人からCDを借りた経験者	61	43	15	37	15	419

*ベース: それぞれの音楽ソフト 購入・利用経験者

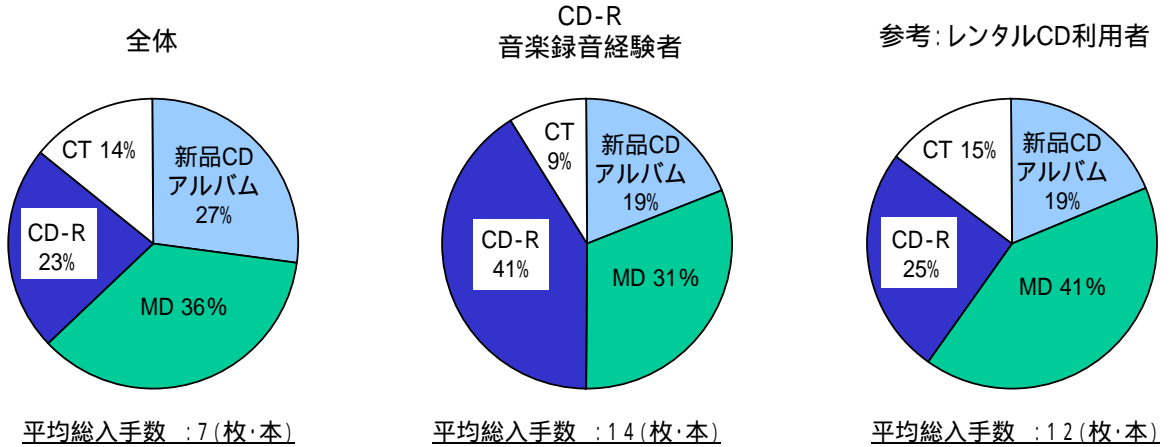
- ・それぞれの音楽ソフトの入手者別に、過去半年間に「何にコピーしたか」の音楽複製機器の割合を示した。
- ・「MD」はどのような入手先でも、おおむね1位。
- ・しかし「CD-R (データ用)」も旧来のメインであった「カセットテープ」と近いレベルにあり、大きな影響力を及ぼしている。特に「友人・知人からCDを借りた」経験者の間では「CD-R (データ用)」利用者が目立って高く、今後の動向が注目される。

4. CD-Rでの音楽録音経験者の特性・意識

ここではCD-R/RWでの音楽録音経験者の特性をさらに詳しく見ていく。

(1)メディア別入手音楽ソフトの構成比

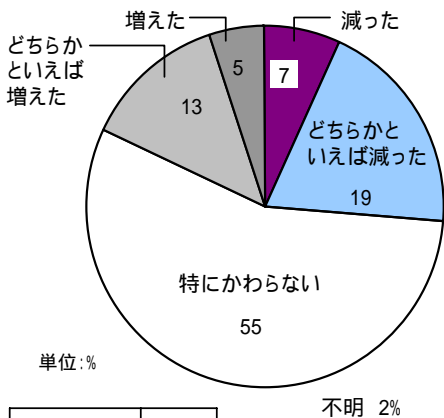
半年間に入手した主要な音楽のコンテンツとして、購入した新品CDアルバムと録音した/してもらったメディア枚・本数の合計を100%としたそれぞれの保有の割合。



*ベース: いずれもそれぞれ半年間の購入新品CDアルバムと録音メディア枚・本総数

- 「CD-R音楽録音経験者」は、全体に比べて新品CDの割合が低い。中でもCD-R/RWのシェアが41%と、MDの割合を大きく上回る。
- 参考として示した「レンタルCD利用者」でも新品CDの割合は低く、MDが41%に達している。

(2) CD-R音楽録音利用後のCD購入量増減意識



- 音楽でのCD-R利用後の、CD購入量の増減意識では、「減った」が26%と、「増えた」の18%を上回っている。

減った計	26%
増えた計	18%

*ベース: 半年内CD-R機器利用者 (n = 223)

(3) 友人・知人にCD-Rに音楽を録音してあげた経験

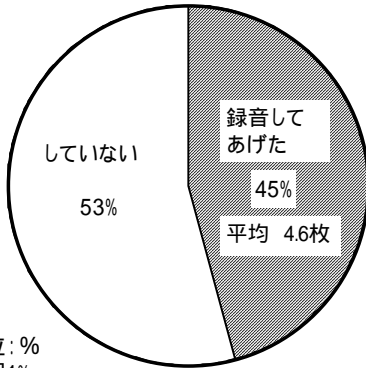
友人・知人用CD-R録音枚数推計

(半年間)

29%(CD-R録音経験者) × 45%(友人・知人用録音者割合)
 × 4.6枚(1人当たり平均) × 7,522万人(対象人口) ×
 0.89(エリア特性修正係数) = 4,000万枚

(年間)

4,000万枚 × 2 = 8,000万枚

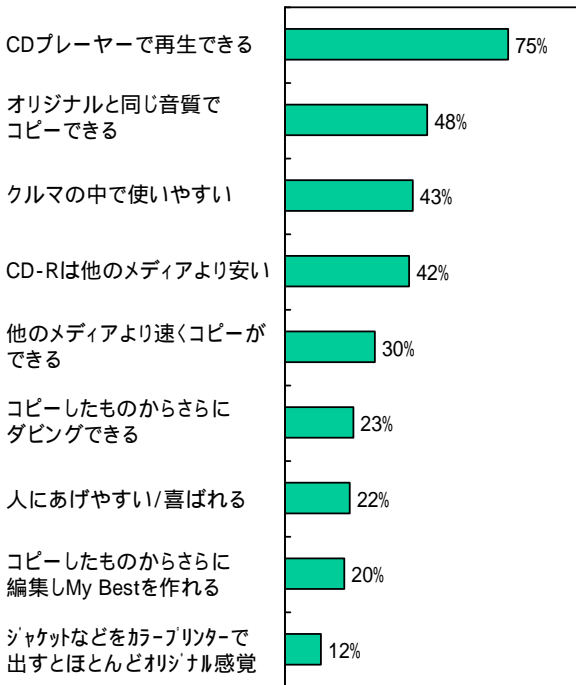


単位: %
不明1%

*ベース:半年間に音楽をCD-Rに録音した人(n=318)

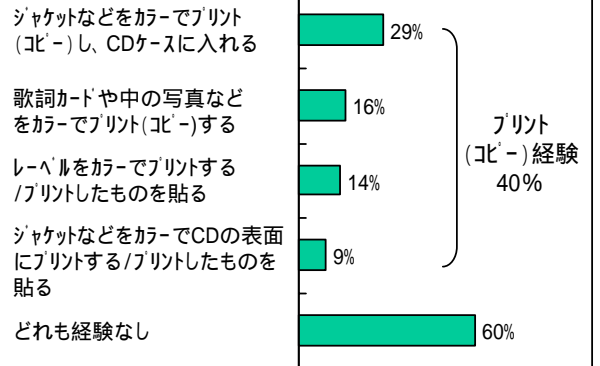
(4) CD-Rの音楽用利用の理由

(5) CD-R録音後のジャケット等のコピー経験



(複数回答)

*ベース:半年内データ用CD-R機器利用者(n=172)



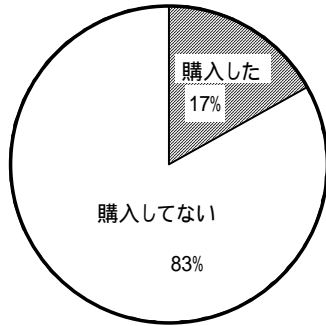
(複数回答)

*ベース:半年内データ用CD-R機器利用者(n=172)

- CDプレーヤーや車の中でCDと同じ音質で楽しめるクローンだからという理由が上位を占める。
- 以下、他のメディアより安く早くコピーできるからという理由が続いている。
- “コピーしたのからさらにダビングできる”、“コピーしたのからさらに編集コピーができる”といったCD-Rだからこそ理由は20%台。
- “ジャケットなどカラープリンターで出すとほとんどオリジナル感覚”の意識は12%。
- CD-R録音後のジャケットなどをカラープリントした経験率は40%。

5. 中古CDの購入動向

(1) 中古CD購入率



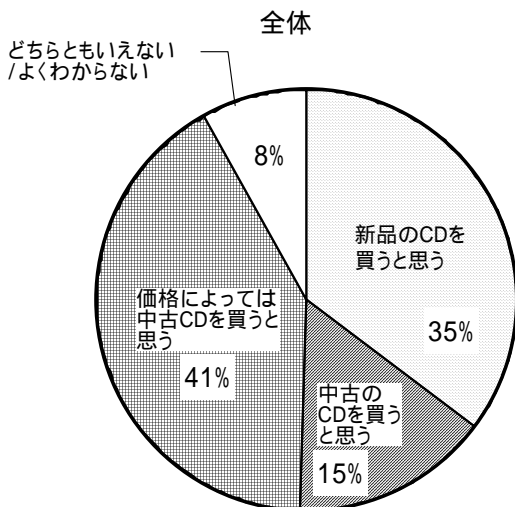
単位: %	購入率			購入枚数(平均)		
	中古CD全体	中古CDアルバム	中古CDシングル	中古CD全体	中古CDアルバム	中古CDシングル
全体	17	14	7	4.3枚	3.2枚	4.0枚
男性計	19	16	7	4.2枚	3.2枚	3.8枚
女性計	16	13	7	4.6枚	3.3枚	4.3枚
中学生	25	14	20	2.9枚	1.7枚	2.5枚
高校生	33	23	21	4.2枚	3.5枚	2.9枚
男 大学生	24	21	10	4.7枚	3.7枚	3.6枚
性 20代	32	30	7	4.9枚	3.6枚	7.4枚
30代	12	12	5	4.6枚	3.8枚	2.0枚
40~55才	10	7	5	2.5枚	1.5枚	2.7枚
中学生	25	10	24	5.9枚	2.1枚	5.3枚
高校生	22	14	14	3.2枚	2.3枚	2.5枚
女 大学生	29	24	14	6.3枚	2.6枚	8.2枚
性 20代	19	18	8	5.9枚	3.5枚	6.1枚
30代	20	18	5	3.0枚	2.8枚	1.5枚
40~55才	9	6	2	4.0枚	5.0枚	1.5枚
MD録音経験者 (CD-R録音無)	26	23	11	4.2枚	3.6枚	2.6枚
CD-R録音経験者 (MD併用録音含む)	27	23	13	5.8枚	3.5枚	6.1枚

*ベース: 全数(n=1000)/購入枚数平均の母数は購入者あたり

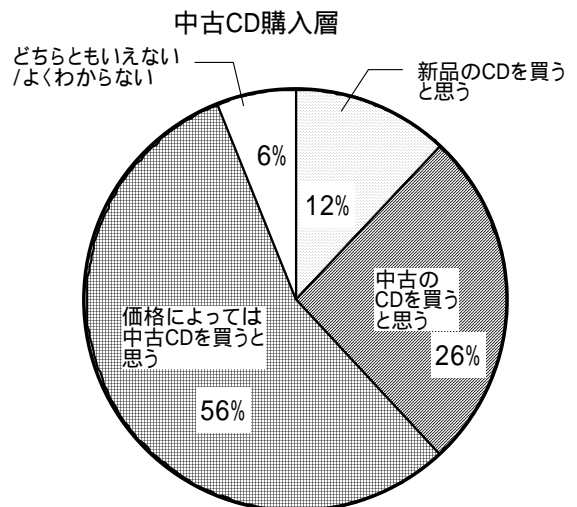
- 過去半年間の中古CDの購入率は17%(アルバムは14%、シングルは7%)。購入者あたりの平均枚数はアルバムで3.2枚、シングルで4.0枚。

(2) 中古CDの購入意向

欲しいICDが同じ店で新品と中古であった場合の購入意向



*ベース: 全数(n=1000)



*ベース: 半年内中古CD購入者(n=216)

- 欲しいICDが同じ店に新品と中古であった場合の、中古CD購入層での購入意向は“中古CDを買う”は26%(全体15%)、“価格によっては中古CDを買う”を合わせると82%が中古CDを買う(全体56%)としている。

(3) 中古CDを新品より多く購入する層

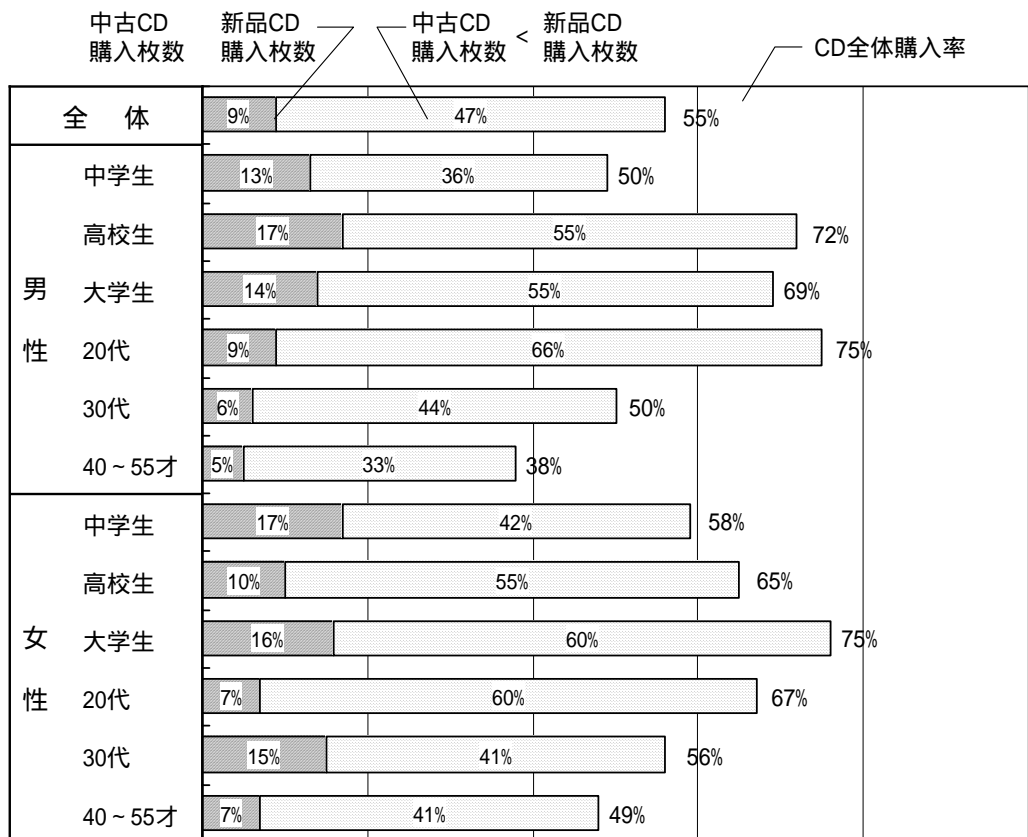
「新品CD購入枚数 中古CD購入枚数」と「新品CD購入枚数 > 中古CD購入枚数」層の新品CD、中古CD購入実態

単位: %	新 品				中 古				n	
	アルバム		シングル		アルバム		シングル			
	購入率	平均	購入率	平均	購入率	平均	購入率	平均		
新品CD 購入枚数	中古CD 購入枚数	65	2.4枚	25	1.9枚	76	3.6枚	49	4.8枚	114
新品CD 購入枚数 >	中古CD 購入枚数	92	4.1枚	39	2.7枚	16	2.9枚	6	2.9枚	489

次ページより、(3)の数表の2層(「中古CDの購入枚数が新品CDと同じ又はそれ以上」層と「新品CDの購入枚数が多い」層)を中心にデータをみていく。

「中古CDの購入枚数が新品CDと同じ又はそれ以上」という層は今回の調査では114人存在した(ウェイバック後の全体に占める割合は9%となる)。

中古CDの購入枚数が新品CDの購入枚数と同じもしくは多い層の割合



*ベース:全数(n=1000)

- 「中古CDの購入枚数が新品CDと同じ又はそれ以上」の割合が多い層は、男性では高校生、大学生、中学生。女性では中学生と大学生と30代。

付帯基本データ：音楽ソフト購入率・利用率 / 購入枚数・利用枚数(平均)

過去半年間

	購入率・利用率	購入枚数 利用枚数 (平均)
新品CD全体	53%	3.9枚
新品CDアルバム	49%	
新品CDシングル	21%	
中古CD全体	17%	3.2枚
中古CDアルバム	14%	
中古CDシングル	7%	
レンタルCD全体	40%	6.0枚
レンタルCDアルバム	36%	
レンタルCDシングル	29%	

*ベース：全数(n=1000) / 購入枚数・利用枚数(平均)の母数は各購入者・利用者あたり

- 全体の購入率・利用率では新品CDが53%と、レンタルCD(40%)・中古CD(17%)を引き離して一位となっている。
- アルバムの購入率・利用率は新品CD(49%) > レンタルCD(36%) > 中古CD(14%)と全体と同じ並びだが、枚数ではレンタルCD(6.0枚) > 新品CD(3.9枚) > 中古CD(3.2枚)とレンタルが一位となる。
- シングルの購入率・利用率及び購入・利用枚数ではこの傾向がさらに顕著になり、レンタルでは14.4枚と極めて多く、そして中古CDが4.0枚と新品CD(2.6枚)を上回る。
- このことからアルバムは新品で購入するが、シングルはレンタルや中古CDですます傾向が強いことがうかがえる。

付帯基本データ：音楽ソフト購入率・利用率／性・年代別

(1) 新品CD / 性・年代別購入率

単位：%		新品CD	新品CD	新品CD
		全体	アルバム	シングル
全体		53	49	21
男性計		52	47	20
女性計		55	50	21
男性	中学生	44	32	31
	高校生	67	60	46
	大学・専門学校生	68	65	30
	20代社会人	75	70	33
	30代	49	48	15
	40～55才	35	31	9
女性	中学生	56	44	41
	高校生	62	51	45
	大学・専門学校生	73	70	27
	20代社会人	64	61	25
	30代	52	50	13
	40～55才	46	41	16

*ベース：全数(n=1000)

(2) 中古CD / 性・年代別購入率

単位：%		中古CD	中古CD	中古CD
		全体	アルバム	シングル
全体		17	14	7
男性計		19	16	7
女性計		16	13	7
男性	中学生	25	14	20
	高校生	33	23	21
	大学・専門学校生	24	21	10
	20代社会人	32	30	7
	30代	12	12	5
	40～55才	10	7	5
女性	中学生	25	10	24
	高校生	22	14	14
	大学・専門学校生	29	24	14
	20代社会人	19	18	8
	30代	20	18	5
	40～55才	9	6	2

*ベース：全数(n=1000)

(3) レンタルCD / 性・年代別利用率

単位：%		レンタルCD	レンタルCD	レンタルCD
		全体	アルバム	シングル
全体		40	36	29
男性計		39	36	27
女性計		42	36	30
男性	中学生	53	43	45
	高校生	68	63	58
	大学・専門学校生	54	51	39
	20代社会人	49	43	34
	30代	38	34	28
	40～55才	24	24	14
女性	中学生	67	44	61
	高校生	56	45	47
	大学・専門学校生	62	60	45
	20代社会人	53	49	38
	30代	39	32	28
	40～55才	29	24	17

*ベース：全数(n=1000)